www.elle.fr

ELLE

CÔTE D'AZUR
LES RESTOS QUI BUZZENT

MÈRE-FILLE
SOMMES-NOUS TROP FUSIONNELLES ?

VITE UN CHIGNON
NOTRE MODE D'EMPLOI

HAPPY FASHION
36 ENVIES FACILES POUR L'ÉTÉ

SPÉCIAL CINÉMA
DE JOHNNY DEPP
À GUILLAUME CANET
NEUF STARS POSENT POUR PATTI SMITH

Buckingham fest
ETES-VOUS KATE OU PIPPA ?

Sur le cinéma l'amour, la famille l'enfance…
CATHERINE DENEUVE ET CHIARA MASTROIANNI
SE RACONTENT POUR LA PREMIÈRE FOIS

HEBDOMADAIRE. 13 MAI 2011

M 01648 - 3411 - F: 2,00 €

DES STARS ET DES GRIFFES

LE SYSTÈME "RED CARPET"

Cannes, c'est aussi un festival de robes. Comment les stars choisissent-elles leurs tenues ? **Comment les griffes les persuadent-elles de porter leurs créations ?** Enquête sur le business du tapis rouge. Par Sophie Gachet.

« Qui est le créateur de la tenue d'Uma Thurman ce soir ? » C'est la question que se pose toute fashionista attentive au glam de cette star, membre du jury du Festival de Cannes 2011. Car si les films restent les vedettes de cet événement, les marches du Palais des festivals font elles aussi le show. Comme pour les Oscars, les Golden Globes ou les Emmy Awards, c'est le red carpet qui donne le ton de la fête. Normal donc que toutes les maisons de couture et les griffes fashion soient présentes au Festival de Cannes, un des événements médiatiques les plus retransmis mondialement. De Dior à Maje, de Chanel au jeune créateur Angelo Katsapis en passant par Louis Vuitton et les lunettes Solaris, tout le fashion world descend sur la Croisette pour couvrir de paillettes les starlettes. Même Dessange, sponsor de l'événement, sort ses coiffeurs des studios pour leur faire manier la brosse sur les festivaliers.

Dès que les membres du jury et les films sont annoncés commence le travail de séduction de toutes les marques. Un vrai combat des chefs prêts à tout pour conquérir les VIP-VRP de luxe. Cette année, tout le monde veut habiller Mélanie Laurent, la maîtresse de cérémonie. Elle vient juste de signer un contrat avec Dior. Mauvaise nouvelle, a priori, pour tous les autres créateurs. Les jeunes créateurs peuvent perdre beaucoup quand une actrice deviennent égérie d'une grande maison. Maxime Simoëns, qui a déjà habillé Mélanie, pensait lui proposer plusieurs robes. Mais il ne désespère pas : « Peut-être qu'elle aura d'autres occasions de porter une de nos robes durant le Festival ! » tempère Tomek, son responsable des relations presse. Habiller une star, c'est bien, habiller la bonne star, c'est mieux : « Nous ne faisons pas de publicité, donc les VIP sont nos images, explique Sabine Brunner, directrice générale de Roger Vivier. Du coup, on est très sélectif. On choisit des filles qui font rêver comme Natalie Portman, Charlize Theron ou Cate Blanchett. » « Il est très important que nos bijoux soient portés par de sublimes actrices, confirme Caroline Gruosi-Scheufele, coprésidente de Chopard, qui sort chaque année une collection baptisée Red Carpet. C'est comme un défilé haute couture, une manière de présenter nos dernières créations... » Et ça encourage l'achat. Cannes booste les ventes du joaillier suisse (qui ferait environ 15 % de son chiffre d'affaires durant le Festival). Les clientes aiment acheter dans le glam ambiant. Et surtout quand un modèle a été « vu sur célébrité », comme ces boucles d'oreilles très précieuses portées par Sharon Stone en 2005 et qui ont été commandées plusieurs fois chez Chopard. C'est la magie de Cannes ! Certains couturiers et joailliers l'avouent : la montée des marches leur assure une visibilité mondiale pendant au moins six mois. Alors autant mettre le paquet... d'euros.

Oui, bien sûr, certaines célébrités sont « remerciées » pour avoir porté telle ou telle marque. Y compris avec un chèque ? Alors qu'on connaît le montant des cachets colossaux versés aux stars pour jouer dans les blockbusters, lorsqu'il s'agit de mode à Cannes, c'est l'omerta. Personne ne parle à découvert. Comme si le business du red carpet devait rester secret. Pourtant, le tapis rouge est bel

Baverel/Garcia/Starface

COMMENT FLASHER SUR RED CARPET

et bien devenu un lieu d'« échange marchandises » et, selon certains, il n'y a rien de honteux à cela : « Quand une star porte une de nos créations, développe cette attachée de presse qui veut rester anonyme, elle nous fait de la publicité. On bénéficie de son image, il est donc normal qu'elle soit rétribuée. C'est donnant-donnant ! » Porter une tenue à une soirée médiatisée est donc devenu un rôle rémunéré. « Tout travail mérite salaire, poursuit une autre attachée de presse. On ne va pas prendre les actrices pour des idiotes qui ne savent pas que leur apparition sur red carpet nous rapporte de l'argent. » Question rémunération, tout est possible : « On a vu des stars très en vue se faire payer 100 000 € rien que pour porter une robe », raconte un infiltré. Reste à savoir si l'impact sur les potentielles acheteuses va perdurer. Et surtout si l'actrice qui a accepté une coquette somme ne va pas y laisser quelques plumes. « Au début, j'ai trouvé sympa d'être payée juste pour m'habiller, confie une actrice française. Mais j'ai rapidement vu le défaut du système : il arrive qu'on nous impose un modèle qui ne nous va pas, mais qui est "représentatif" de la collection ! » Au risque pour l'actrice de moins attirer les flashs, de moins apparaître dans les magazines people, de perdre un peu de popularité... Et, à cause de ses erreurs mode, de se retrouver beaucoup moins « bankable ». Aux Etats-Unis, on ne rigole pas avec les fashion faux pas. D'où l'importance des stylistes qui choisissent les tenues des stars. Souvent coachées par les producteurs des films qui vérifient eux-mêmes qu'une robe ne va pas ruiner l'image de leur film. Les actrices françaises n'ont pas les moyens de s'offrir les services d'une styliste : « On m'a demandé 20 000 € pour m'aider à trouver des tenues pour Cannes, confie l'une d'elles. La styliste m'a aussi proposé de lui payer une commission sur ce qu'une marque me donnerait pour porter une de leurs robes. Si c'est juste pour m'accompagner sans faire un travail de recherche, elle ne sert à rien ! »

Evidemment, il reste des actrices, souvent les plus stars (on parle d'Angelina Jolie), qui n'adhèrent pas à ces marchandages : elles ont une styliste et lui donnent carte blanche. « Quand j'habille une star, je me demande d'abord "aime-t-elle la robe ?" Parce que le red carpet est devenu un forum public, le meilleur moyen de résister à l'épreuve est de croire en ses choix », explique Elizabeth Stewart, la styliste de stars la plus demandée du moment (elle habille notamment Cate Blanchett et Amanda Seyfried). C'est dans cette brèche que les jeunes créateurs qui n'ont pas les moyens de payer des actrices peuvent se glisser. Virginie Corré, dont le bureau de presse représente notamment le designer Angelo Katsapis, sera à Cannes pour faire connaître son poulain : « Bien sûr, on doit cohabiter avec des marques qui ont les moyens de payer, commente Virginie, mais tout n'est pas sclérosé, on a encore de belles surprises :

SUITE P. 144

BIJOU PORTE-BONHEUR

Depuis 2004, Chopard pare chaque année une gagnante aux Oscars. Charlize Theron, Hilary Swank, Penélope Cruz, Kate Winslet ou Marion Cotillard, toutes ont porté du Chopard lors de leur victoire. Cette année, c'est Colin Firth, sacré meilleur acteur, qui portait une montre de la maison. Veinard en Chopard !

Tony Barson, Steve Granitz, D. Venturelli, Jeff Vaspa/WireImage.com ; Jeff Kravitz./Filmmagic.com